

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
Глава I. Теоретические и методологические основы исследования корпоративной культуры	10
1.1. Корпоративная и организационная культура: концептуальные различия.....	10
1.2. Ценности как ядро формирования корпоративной культуры компании	37
1.3. Мифы, ритуалы и праздники как важные составляющие корпоративной индивидуальности компании.....	57
Глава II. Тенденции и проблемы формирования региональной корпоративной культуры	76
2.1. Проблемы кросскультурной коммуникации в системе многонациональной компании.....	76
2.2. Методы и инструменты формирования корпоративной культуры в многонациональных компаниях на территории Тюменского региона: общее и особенное	94
2.3. Особенности формирования и развития корпоративной культуры в компаниях нефтегазового комплекса Тюменского региона: сравнительный анализ.....	115
Заключение.....	132
Библиография.....	136